

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rika Decoration adalah tempat penyewaan berbagai macam peralatan resepsi, mulai dari dekorasi pernikahan, taman hias, *make up*, fotografer, peralatan dapur, *sound system* dan juga tenda pernikahan. *Rika Decoration* didirikan sejak tahun 1998 di Desa Jabung, Kecamatan Mlarak, Kabupaten, Ponorogo. Pada awalnya pemilik *Rika Decoration* memulai usaha dengan menyewakan satu set kursi pengantin untuk resepsi, namun beberapa tahun kemudian pemilik mengembangkan usahanya dengan membuat lebih banyak model dekorasi pernikahan dan juga bekerja sama dengan fotografer, *wedding make up* dan kebutuhan resepsi lainnya.

Seiring berjalannya waktu *Rika Decoration* mengalami beberapa masalah, salah satunya adalah penurunan jumlah *client*. Berdasarkan data *client Rika Decoration* pada tahun 2017 sampai 2020, jumlah *Client* mengalami penurunan ditahun 2019 dan 2020. Salah satu penyebab turunnya jumlah *client* dari *Rika Decoration* adalah semakin banyaknya tempat penyewaan dekorasi dan *wedding organizer* yang baru berdiri di Kabupaten Ponorogo. Menurut data UMKM Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro pada tahun 2015 UMKM bidang jasa persewaan alat resepsi dan *wedding organizer* berjumlah 31. Pada tahun 2019 jumlah tersebut bertambah menjadi 80.

Meningkatnya jumlah UMKM jasa persewaan alat resepsi dan *wedding organizer* di Kabupaten Ponorogo menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat bagi *Rika Decoration*. Untuk menghadapi semakin ketatnya persaingan bisnis ini, *Rika Decoration* membutuhkan media promosi yang menarik dan efektif serta mudah di dipublikasikan melalui social media dan *youtube*, agar jumlah *client* dapat bertambah.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan menjadi 73,7% jumlah penduduk, atau sama dengan 196,7 juta jiwa pengguna. Dibandingkan pada tahun 2018, jumlah pengguna

internet ditahun 2019 meningkat sebanyak 8,9% atau 25,5 (APJII, 2020). Junawan dan Laugu (2020) menjelaskan bahwa dominasi sosial media seperti *youtube* menjadi favorit bagi masyarakat Indonesia. Jumlah yang mengakses *youtube* adalah 88% dan media sosial yang kedua adalah *Whatsapp* yang memiliki jumlah akses mencapai 84 % , selanjutnya disusul oleh *instagram* dengan jumlah akses 79%. Sedangkan media sosial *Facebook* memiliki jumlah akses 79 % . Berdasarkan jumlah tersebut, media sosial memiliki manfaat yang cukup besar untuk promosi. Dengan banyaknya pengguna media sosial maka akan bertambah banyak orang yang mengetahui informasi dari suatu produk atau layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil survei pada awal tahun 2017, dari 124.777 masyarakat Indonesia 21,9% lebih menyukai konten video dibandingkan dengan jenis konten lainnya seperti artikel dan infografis (Talk DGTL, 2017). Menurut Maulana (dalam Rochmaedah,2018) Media audiovisual memiliki dua elemen yang kuat dan saling bersinergi. Media audiovisual dapat memberi stimulus pada pendengaran serta penglihatan, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal. Hasil tersebut diperoleh karena mata merupakan panca indera yang paling banyak menyalurkan informasi ke otak, yaitu sebanyak 75% sampai 87%. Panca indera yang lainnya menyalurkan 13% sampai 25% pengetahuan. Dengan jumlah tersebut dapat menunjukkan bahwa, audiovisual atau video sangat efektif untuk media promosi. Video promosi yang menarik saat ini adalah video promosi menggunakan animasi berbasis *motion graphic*. Menurut Kuisma dkk (2010:272) (dalam Mufida, 2020) Iklan menggunakan animasi dapat menghasilkan daya ingat yang lebih tinggi. Iklan dengan animasi akan lebih menarik perhatian para konsumen dibandingkan dengan iklan bersifat statis yang biasanya digunakan pada media cetak. Media promosi menggunakan animasi dapat dengan mudah dibagikan secara *online* sehingga membutuhkan biaya yang lebih sedikit dan jangkauannya lebih luas (Mufida, 2020). Roget (dalam Williams, 2001:13) menyatakan bahwa mata dan otak manusia dapat menyimpan memori, dari sebuah image bergerak yang baru saja mereka lihat. Krasner (dalam Kurniawan, 2020) menjelaskan bahwa *motion graphic* adalah bahasa yang universal, mempunyai dampak yang lebih besar,

dimana penyampaian informasi dalam bentuk gerakan (motion) dengan kombinasi gambar, kata – kata dan suara dapat menambah pemaknaan. *Motion graphic* adalah sebuah media penyampaian informasi yang lebih menarik dan informatif, karena pesan dapat dikemas dengan lebih dinamis dengan unsur audio dan visual serta didukung dengan kemudahan berbagi (*sharing*) di internet sehingga *motion graphic* merupakan salah satu alternatif promosi yang dapat dilakukan (Nurmansyah dkk, 2019).

Video animasi berbasis *motion graphic* merupakan media promosi yang menarik dan efektif serta dapat dengan mudah dipublikasikan melalui *youtube* dan media social seperti *instagram* dan *facebook*. Selain itu, dengan mengimplementasikan video animasi berbasis *motion graphic* sebagai media promosi *Rika Decoration* ini diharapkan dapat menginformasikan kepada masyarakat yang lebih luas sehingga jumlah *client* dari *Rika Decoration* dapat meningkat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengimplementasikan teknik *motion graphic* sebagai media promosi untuk *Rika Decoration*.
2. Bagaimana ketertarikan *client* kepada *Rika Decoration* menggunakan *motion graphic*.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengimplementasikan animasi berbasis *motion graphic* sebagai media promosi *Rika Decoration*.
2. Membantu *Rika Decoration* untuk dapat dikenal lebih banyak masyarakat dengan mudah dan mendapatkan lebih banyak *client*.

1.4 Batasan Masalah

1. Media promosi ini membahas informasi mengenai *Rika Decoration*.
2. Media promosi ini dibuat menggunakan *After Effect CC 2015* dan juga *Corel Draw X7*.
3. *Output* berupa video animasi vektor dua dimensi.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Bisa menerapkan ilmu yang didapatkan oleh menulis selama perkuliahan berlangsung dan memanfaatkan ilmu tersebut dengan baik.

b. Bagi *Rika Decoration*

Bisa mempromosikan produk dan layanan yang ada di *Rika Decoration* serta dapat memperbanyak *client*.

c. Bagi *Client*

Client dengan mudah mendapatkan informasi mengenai tempat penyewaan dekorasi dan dapat dengan jelas memahami keunggulan apa saja yang terdapat di *Rika Decoration*.

